

INNOVACION

La innovación, es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado. Un aspecto esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No sólo hay que inventar algo, sino, modificarlo y hacerlo útil en todos los sentidos de manera que a las personas que comprenden el producto les beneficie. La innovación por la innovación no sirve para nada. Innovar es revolucionar y mejorar productos que mejoren la vida de las personas o empresas así como de varias cosas más. La innovación exige la conciencia y el equilibrio para mejorar ideas de los ámbitos imaginarios o surrealistas.

¿Cómo se denomina innovación?

Son prácticas que, por lo general, se consideran como algo revolucionario, ya sea de forma particular para un individuo, o de forma social, de acuerdo al sistema que las adopte.

Es generar o encontrar ideas, seleccionarlas, implementarlas y comercializarlas. La investigación y el desarrollo son por obvias razones dos de las principales acciones que se derivan de la innovación para que según esto las reglas establecidas se cumplan.

Dentro de los procesos de negocio de una empresa se debe considerar el proceso de la innovación que cubre desde la generación de ideas, pasando por la prueba de viabilidad hasta la comercialización del producto o servicio. Las ideas pueden referirse a desarrollar o mejorar un nuevo producto, servicio o proceso.

Teoremas referentes a la innovación

Siempre ha habido innovación. Los filósofos griegos se preguntaban qué pasaría con el trabajo de los esclavos si se seguían haciendo avances tecnológicos. Algunos académicos le llaman el abuelo del Sistema Nacional de Innovación. Ya en el siglo XX abrían diversos personajes destacados en este ámbito. Estaría Marx, que tenía ideas muy particulares sobre la innovación y quizá para lógica de algunos muy raras pero maravillosas.

Si la innovación es empujada por los proveedores (basada en nuevas posibilidades tecnológicas) o por la demanda (basada en necesidades sociales y del mercado) ha sido un asunto muy debatido. Un punto de vista es que "el reconocimiento de la demanda es un factor más frecuente en innovación que el reconocimiento del potencial técnico" (Marquis 1969).

Una parte de las innovaciones inducidas por la demanda son las realizadas por los propios consumidores.

La innovación en los negocios se consigue de diferentes maneras prestando ahora mucha atención a la investigación y desarrollo para innovaciones que rompan con lo que se tiene o a lo que se llama monótono. Pero las innovaciones pueden ser desarrolladas por meras modificaciones realizadas en la práctica del trabajo, por intercambios y combinaciones de experiencia profesional y de muchas otras maneras. Las innovaciones más radicales y revolucionarias suelen provenir de I+D mientras que las más incrementales suelen emerger de la práctica, pero existen excepciones a cualquiera de estas dos tendencias. En ambos casos, las innovaciones son documentadas y protegidas mediante patentes u otro esquema de propiedad intelectual.

La innovación no necesita ser tecnológica. *Por ejemplo cuando McDonald's aplicó el concepto de línea de producción para crear un restaurante, pudo utilizar trabajadores con poca experiencia para fabricar grandes cantidades de alimento en una calidad estándar y de forma muy rápida inventando la industria de la comida rápida o fast food.*

La innovación podría ser incrementada con diversas teorías establecidas al paso de los años.

"Innovación es la secuencia de actividades por las cuales un nuevo elemento es introducido en una unidad social con la intención de beneficiar la unidad, una parte de ella o a la sociedad en conjunto.

En cuanto a diversos campos donde se aplica la innovación de manera singular y extraordinaria son los siguientes:

- Mejoras tecnológicas.
- Mejora de procesos.
- Cambios en productos.
- Nuevos enfoques de marketing.
- Nuevas formas de distribución.

Junto a estos ejes de trabajo la capacidad innovadora dependerá, de un conjunto interrelacionado de inversiones, políticas empresariales y dedicación de recursos que sostengan la producción de innovación "nueva-para-el mundo". Para ello es conveniente:

- Promover todas las formas de innovación ya que hay maneras.
- Educación para mejorar la cualificación.
- Fomentar la movilidad de los investigadores.
- Explotar más el mercado interior.

La innovación en la mejoría de los productos

La innovación de producto es una de las estrategias de empresa encaminada a ganar competitividad en el mercado bien mediante ahorros de costes de producción o distribución bien mediante éxitos comerciales (aumento de ventas, fidelización de clientes, aumento de cuota de mercado, etc.)

Razones para la innovación

- Mejora la relación con el cliente al presentarle nuevos beneficios.
- Permite nuevos argumentos de ventas.
- Aumenta el nivel de ventas al presionar sobre el índice de sustitución de producto.

Fuentes de innovación

- Por iniciativa del departamento comercial o de marketing al detectar una nueva necesidad en el mercado o un nuevo nicho de venta.
- Por iniciativa del departamento de Investigación y Desarrollo.

Ventajas

- En ocasiones ahorro de costos y mayor aporte:
 - Disminución de los procesos de fabricación.
 - Optimización de los diferentes procesos de fabricación.
- Cambio de material.
 - Material de fabricación más ecológico.
 - Material de fabricación más ligero.
- Mayor grado de información al consumidor.
 - Reclamo en punto de venta mediante mensajes publicitarios impresos en el embalaje.
- Mejora estéticas
 - Mejora de la imagen externa del producto o de la marca.
 - Diferente presentación del envase.
 - Embalaje más atractivo.
- Ecología
 - Disminución del peso del embalaje (menor tasa de Punto Verde)
 - Eliminación de componentes contaminantes.
 - Utilización de materiales biodegradables.
- Mejor protección del producto ante agentes externos.
 - Mayor grado de conservación (productos alimentarios).
 - Mayor facilidad de manejo.
- Mayor número de prestaciones. Pensemos por ejemplo en el aumento de funcionalidades del teléfono móvil.

- Mayor seguridad en su manejo. Cierre de seguridad. Niveles de protección.
- Mayor duración.

Innovación de proceso

La noción de innovación como proceso coloca el acento en la forma como esta se percibe y produce, en las diferentes etapas a que da lugar (concepción, creación, investigación, desarrollo, producción y comercialización) y en la forma en que estas se articulan" (Tomado del libro "La innovación tecnológica en la industria colombiana" Colciencias y el Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología, 2003. p. 41).

La innovación de procesos -un nuevo enfoque revolucionario que funde la tecnología de la información con la gestión de recursos humanos- puede mejorar dramáticamente el rendimiento de la empresa.

Tipos de Innovación

Es difícil mencionar exactamente que es una innovación. Pero podemos mencionar claramente dos:

- Innovación incremental: se refiere a la creación de valor agregado sobre un producto ya existente, agregándole cierta mejora. Por ejemplo, a un automóvil, se le puede poner airbag y el producto en si, el auto, ha mejorado un poco. También podría ser poner luces especiales.
- Innovación radical: Esta se refiere a un cambio o introducción de un nuevo producto, servicio o proceso que no se conocía antes. Por ejemplo, sería el cambio radical de usar caballos a usar motores en los coches. Cambio completamente.

Medidas de Innovación

Primero se hizo el Manual de Frascati. Luego el de Manual de Oslo para medir la innovación de las empresas. En 2001 se hizo el Manual de Bogotá dedicado a medir la innovación en Latinoamérica y el Caribe. [2]

Factores de Éxito de la Innovación

La innovación de producto es una de las estrategias de empresa mayormente comunes ya que la innovación de diversos productos en el ámbito de la venta y cosas por el estilo es lo que conlleva al éxito futurisco.